

การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y)  
ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (X) และวาย (Y)

ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 7 มกราคม พ.ศ.2561



นางสาวจุฑารัตน์ บุญเกิด  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,

Ed.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ศิริสุข รักถิ่น,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์จุฑามาศ แก้วพิจิตร,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ฉบับนี้ ได้รับแรงบันดาลใจจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (ในหลวงรัชกาลที่ 9) ผู้เป็นต้นแบบในการดำเนินชีวิตและการทำเพื่อส่วนรวม โดยสารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถสมบูรณ์ได้เลย หากขาด ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรเกษม กันตามระ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ให้ความกรุณาและสละเวลาในการให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาในการจัดทำสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ตลอดจนวิชาความรู้ที่ผู้วิจัยได้รับการถ่ายทอดจากอาจารย์ทุกท่านขณะศึกษาที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ขอขอบคุณครอบครัว อันได้แก่ บิดา มารดา ป้า นางสาวสมจิตต์ บุญเกิด และเจนวิทย์ อภิรักษ์อร่ามวง ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ เป็นกำลังใจ และแรงสนับสนุนสำคัญในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาการจัดการธุรกิจ BM 19A ที่คอยส่งเสริมให้กำลังใจ และมีรูปภาพที่ติดตลอดมา

ขอขอบคุณผู้ประกอบการ ทั้ง 30 กิจการ ที่เห็นความสำคัญของงานวิจัยและให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์หรือสามารถเป็นแนวทางแก่ผู้ที่สนใจจะนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้หรือต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่บ้านเมืองและพสกนิกรชาวไทย ดังพระราชปณิธานของในหลวงรัชกาลที่ 9 ต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

จุฑารัตน์ บุญเกิด

การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

A STUDY OF THE ATTITUDE OF SMALL BUSINESS ENTREPRENEURS OF GENERATION X AND Y TOWARDS THE SUFFICIENCY ECONOMY PHILOSOPHY

จุฑารัตน์ บุญเกิด 5950060

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ, Ed.D., ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D., รองศาสตราจารย์จุฑามาศ แก้วพิจิตร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเลือกวิธีเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยคำถามปลายเปิด กำหนดลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ กลุ่มแทนประชากรที่ทำการสัมภาษณ์ คือผู้ประกอบการจากหลากหลายสาขาประเภทธุรกิจ โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการจากเจนเนอเรชัน X และ Y กลุ่มละ 15 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 คน เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอันเป็นประโยชน์ครบถ้วนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ซึ่งมีระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2560

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเจนเนอเรชันเอ็กซ์และวาย มีทัศนคติที่แตกต่างกันในหลายเรื่อง ทั้งด้านความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อันได้แก่ การเข้าใจความหมาย เป้าหมาย หรือความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข เป็นต้น ส่วนด้านทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ แนวคิด การประยุกต์ใช้ หรือแม้แต่ผลลัพธ์ที่ได้

คำสำคัญ: ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง/ หลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข/ เจเนอเรชัน X/ เจเนอเรชัน Y

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 โครงสร้างของงานวิจัย	3
<b>บทที่ 2</b> <b>แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
2.1 ปรัชญาและองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง	4
2.2 การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจอย่างยั่งยืน	7
2.3 ระดับของเศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้	11
2.4 ความแตกต่างของเจเนอเรชั่น (Generation)	13
<b>บทที่ 3</b> <b>วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>17</b>
3.1 รูปแบบการวิจัย	17
3.2 ประชากรที่ศึกษา	18
3.3 เครื่องมือและที่ใช้ในการวิจัย	19
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
<b>บทที่ 4</b> <b>ผลการวิจัย</b>	<b>20</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	20
4.2 การประเมินความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	22

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.1 เจเนอเรชัน X	22
4.2.2 เจเนอเรชัน Y	26
4.3 การสำรวจทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	30
4.3.1 เจเนอเรชัน X	30
4.3.2 เจเนอเรชัน Y	35
4.4 คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการแต่ละเจเนอเรชัน (Generation)	40
<b>บทที่ 5</b> <b>สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ</b>	<b>43</b>
5.1 อภิปรายผลการวิจัย	43
5.1.1 ความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	43
5.1.2 การสำรวจทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	44
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร	46
5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X)	46
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารเจเนอเรชันวาย (Y)	47
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	48
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>49</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>51</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	52
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>54</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร	9
2.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ส เอ็กซ์ วายและแซด	15
3.1 ลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543	18
4.1 ข้อมูลทั่วไป เพื่อการจัดหมวดหมู่เจนเนอเรชั่นของผู้ประกอบการ ทั้งหมด 30 คน	20
4.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น X และ Y ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	40

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	แผนภาพสรุป 3 หัวง 2 เงื่อนไข ตามปรัชญาองเศรษฐกิจพอเพียง	6
2.2	แสดงความสัมพันธ์องระดับเศรษฐกิจพอเพียง (1)	12
2.3	แสดงความสัมพันธ์องระดับเศรษฐกิจพอเพียง (2)	13





## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หนึ่งในพระราชดำรัสที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ทรงชี้แนะถึงแนวทางการดำรงตนอยู่บนขอบเขตของความพอดี ซึ่งเป็นพื้นฐานนำไปสู่ความมั่นคงในการดำเนินชีวิตบนรากฐานของความเป็นไทย แต่ในขณะเดียวกันก็รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ พหุศตวรรษทุกระดับไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัว ระดับชุมชน ระดับประเทศ หรือแม้แต่การประกอบกิจการงานใดๆ ทุกสาขาอาชีพก็สามารถน้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นต้นแบบได้อย่างเท่าเทียม

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาแนวทางในการดำรงอยู่ ซึ่งถึงการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม บนทางสายกลาง มุ่งเน้นให้ประชาชนมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความมั่นคงและยั่งยืน บนพื้นฐานของความพอเพียง โดยมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ ประการแรกคือ “ความพอประมาณ” หมายถึง ความพอดี ไม่มากหรือน้อยเกินไป ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ประการที่สองคือ “ความมีเหตุผล” หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียง จะต้องกระทำอย่างมีเหตุผล และคำนึงถึงผลลัพธ์อย่างรอบรอบ ประการสุดท้ายคือ “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” หมายถึง การเตรียมตัวและพร้อมรับมือกับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงใดๆ ทั้งในอนาคตอันใกล้และไกล นอกจากนี้ ยังต้องมี “เงื่อนไขความรู้” คือ มีความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ รอบด้าน เพื่อการเชื่อมโยงและวางแผนลงมือปฏิบัติอย่างรอบคอบ อีกทั้งยังต้องมี “เงื่อนไขคุณธรรม” คือ มีความซื่อสัตย์สุจริตและใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

เป็นระยะเวลากว่า 40 ปีแล้ว ที่ประชาชนคนไทยทุกคนรู้จักและคุ้นเคยกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง บ่อยครั้งที่เศรษฐกิจพอเพียงถูกเข้าใจว่าเป็นเรื่องของภาคเกษตรกรรม แต่ในความเป็นจริงแล้วปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในทุกอุตสาหกรรม แม้กระทั่งในภาคธุรกิจก็เช่นเดียวกัน ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนตัวไม่ว่าจะขนาด

ย่อม (SME) หรือขนาดใหญ่ (Corporate) ต่างก็หันมาให้ความสนใจกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาธุรกิจของตนให้ยั่งยืน ซึ่งก็ถือว่าเป็นสัญญาณที่ดี หากผู้ประกอบการทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่จะตระหนักถึงและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจตั้งอยู่บนพื้นฐานความพอดี มีจริยธรรม

ในการดำเนินกิจการ และสำคัญที่สุดคือ การประมาณกำลังในการทำธุรกิจ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบโดยตรงต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม ดังนั้น ทักษะคติและความเชื่อมโยงระหว่างปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้ให้เข้ากับแต่ละประเภทธุรกิจจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการในแต่ละยุคสมัยอาจได้รับอิทธิพลและมีความคิดที่ต่างกันไป ส่งผลต่อการบริหารงานและการตัดสินใจ จึงเป็นความท้าทายหากผู้ประกอบการในแต่ละเจนเนอเรชั่น (Generation) สามารถน้อมนำเอาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ภายใต้แนวคิดประสบการณ์ และการบริหารจัดการให้สอดคล้องตามแต่ละประเภทธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน แต่สามารถสร้างผลลัพธ์ทางความยั่งยืนได้ประสบความสำเร็จอย่างเท่าเทียมกัน

## 1.2 คำถามงานวิจัย

ทัศนคติของผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ประกอบการที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการแต่ละเจนเนอเรชั่น (Generation) ที่มีผลต่อความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จากหลากหลายประเภทธุรกิจ จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็น

1. Generation X จำนวน 15 คน
2. Generation Y จำนวน 15 คน

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความเข้าใจของผู้ประกอบการที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
2. ทราบถึงแรงจูงใจในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ
3. ทราบถึงทัศนคติของผู้ประกอบการแต่ละเจนเนอเรชั่น (Generation) ที่มีผลต่อความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

## 1.6 โครงสร้างของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ประกอบไปด้วย 5 บท โดยบทที่ 1 ได้กล่าวถึงความสำคัญเกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้ในภาคอุตสาหกรรม อีกทั้งยังกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ขอบเขตการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ส่วนบทที่ 2 ได้กล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทบทวนความรู้ ในบทที่ 3 ได้กล่าวถึงวิธีการดำเนินวิจัย บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการวิจัย และสุดท้ายบทที่ 5 เป็นการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของงานวิจัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทบทวน และสรุปสาระสำคัญที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังนี้

1. ปรัชญาและองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง
2. การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจอย่างยั่งยืน
3. ระดับของเศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้
4. ความแตกต่างของเจนเนอเรชั่น (Generation)

#### 2.1 ปรัชญาและองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญา ซึ่งถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของ ประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนา และบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบ ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี พอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัย ความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้วางแผน และการดำเนินการ ทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริตและให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญาและความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง การคิดให้กว้าง คิดให้ไกล ไม่ไปเข้มงวดกับความหมาย แต่เอาหัวใจของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน การใช้คุณธรรมความดี และการใช้ความรู้ความสามารถอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง และเหมาะสม (ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม, 2554)

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นหลักคิด เป็นหลักวิชา และเป็นหลักปฏิบัติ เพื่อสร้างความเข้มแข็งซึ่งในภาษาของปรัชญาใช้คำว่าภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวหรือความเข้มแข็งใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุ คือเรื่องเศรษฐกิจและการเงินให้เข้มแข็ง ด้านสังคม คือเรื่องการศึกษา ศีลธรรม สุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม คือเรื่องการสร้างความเข้มแข็งให้สิ่งแวดล้อม พลังงานทางเลือก และด้านสุดท้าย คือวัฒนธรรม (เกษม วัฒนชัย, 2554; การขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจากรากฐานของสังคมไทย, 1-2)

เศรษฐกิจพอเพียง มีองค์ประกอบสำคัญคือ หลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ได้แก่ความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน บนเงื่อนไขความรู้และใจคุณธรรม ถ้าเปรียบกับแนวคิดเชิงระบบ Input Process Output แล้ว หลัก 3 ห่วงเป็นกระบวนการ (Process) คือ เมื่อมีการพิจารณาเรื่องใดต้องคำนึงเหตุผล ความเหมาะสม การป้องกันความเสี่ยง ส่วน 2 เงื่อนไข เป็น Input และความสมดุลใน 4 มิติ (วัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม) รวมทั้งความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเป็น Output ซึ่งก็คือเป้าหมายของปรัชญา (มูลนิธิยุวสถิรคุณ, 2558)

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 30 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ (คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง, 2550)

และสืบเนื่องมาจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 ได้ทรงพระราชทานหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” แก่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อปี 2542 ประกอบกับพระบรมราโชวาทที่ได้พระราชทานเนื่องในโอกาสสำคัญต่างๆ จึงสรุปเป็นแนวคิดได้ว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาเพื่อแนะแนวทางการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน และสามารถนำไปประยุกต์กับภาคธุรกิจให้เกิดการพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยมีเงื่อนไข 2 ประการ และคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ ดังแสดงในภาพ 2.1



ภาพที่ 2.1 แผนภาพสรุป 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เงื่อนไข 2 ประการ คือ

- เงื่อนไขความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยความรู้รอบรู้รอบด้านเกี่ยวกับวิชาการต่างๆ ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต
- เงื่อนไขคุณธรรม (Morality) หมายถึง คุณธรรมในการดำรงชีพ เพื่อความสงบสุข และเจริญก้าวหน้า ทั้งของตนเองและส่วนรวม 4 ประการ คือ เมตตาธรรม สามัคคีธรรม สุจริตธรรม และเที่ยงธรรม

โดยเมื่อรวมเงื่อนไขทั้ง 2 ประการแล้วอาจจะเรียกได้ว่า ก่อให้เกิดสติปัญญาในการดำรงชีพ ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาตนเองและนำองค์กรไปสู่ความเจริญก้าวหน้าได้

คุณลักษณะ 3 ประการ คือ

- ความพอประมาณ (Moderation) หมายถึง ความพอดี ความเหมาะสม ซึ่งมีความหมายชัดเจนมาก คำว่า “พอ” แปลว่า มี ไม่ได้ขาด แต่มีในลักษณะที่เหมาะสม ไม่มากเกินไปหรือน้อยไป เป็นความสมดุลในการกระทำทุกอย่าง ทำให้เกิดการพัฒนาย่างมั่นคง

- ความมีเหตุผล (Reasonableness) คือ การพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และผลกระทบที่จะเกิด โดยต้องมีเงื่อนไข ของความรู้และคุณธรรมเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการตัดสินใจ

- การมีภูมิคุ้มกัน (Self-immunity system) หมายถึง การเตรียมพร้อมที่จะรับผลกระทบ และการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยเป็นการคาดคะเนปัญหาที่จะเกิดในอนาคตอันใกล้และไกล และต้องคำนึงถึงเหตุสุดวิสัยต่างๆ ด้วย

คุณลักษณะทั้ง 3 ประการ ดังกล่าวสามารถเรียกได้ว่า ความระมัดระวังและรับผิดชอบ ต่อความยั่งยืนขององค์กร (หอการค้าไทย,2553,เศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์,25)

## 2.2 การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจอย่างยั่งยืน

ความยั่งยืนของธุรกิจ หมายถึง เศรษฐกิจพอเพียงมิได้เป็นเพียงกระแสโลกาภิวัตน์ แต่ต้องดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และทันทันต่อผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน บริษัทจึงต้องตระหนักอยู่เสมอว่าตัวเองอยู่ระดับใด และมีการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งนำความรู้นั้นมาใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบและระมัดระวัง (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2551)

ความยั่งยืนของธุรกิจ (Corporate Sustainability) เป็นกระบวนการที่องค์กรธุรกิจที่ได้รับ ความสนใจและมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นสำหรับการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ การประยุกต์ใช้ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักคิดเพื่อการตัดสินใจสำหรับองค์กรธุรกิจที่จะนำไปสู่ ความสมดุลและความยั่งยืน ได้ เนื่องจากการยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้าง ภูมิคุ้มกันที่ดีในการตัดสินใจจะทำให้ธุรกิจมีการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นควบคู่กันไป ไม่ใช่ มองเพียงผลประโยชน์ประกอบระยะสั้นเท่านั้น (ฉดา จันทรสม, 2556)

ดังนั้น การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มนักธุรกิจ จะต้องคำนึงถึงความมั่นคง และยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจมากกว่าการแสวงหาผลประโยชน์ระยะสั้น ฉะนั้น จึงต้องมีความรอบรู้ ในธุรกิจที่ตนดำเนินการอยู่ และมีการศึกษาข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถก้าวทัน การเปลี่ยนแปลงต่างๆ มีความรอบคอบในการตัดสินใจในแต่ละครั้งเพื่อป้องกันการบกพร่องเสียหาย ต่างๆ ไม่ให้เกิดขึ้น และต้องมีคุณธรรม อีกทั้งยังต้องมีความอดทนในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้า อย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การปรับปรุงสินค้าและคุณภาพให้ทันกับความ ต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

จากการศึกษาการประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ (สุขสรรค์ กันตะบุตร, 2550) ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 10 แนวทาง ที่นักธุรกิจสามารถนำไปปรับใช้ตามเงื่อนไขธุรกิจของตนได้ ได้แก่

- การมองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจเชิงนโยบาย อย่างมุ่งหวังกำไรในระยะสั้น แต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว
- ให้คุณค่าแก่พนักงานอย่างจริงใจและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง หลีกเลี่ยงการปลดพนักงานออกแม้แต่ในยามทุกข์ยากทางเศรษฐกิจ
- จริงใจและหวังดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมด (Stakeholders) รวมถึงประชากรและสังคมในอนาคต
- ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร ไม่ใช่แต่เฉพาะผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการเพียงอย่างเดียว
- ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- ใช้และ/หรือ พัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพแต่ราคาไม่สูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีแบบไทยๆ หรือพื้นบ้าน
- ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อพร้อมทุกด้านเท่านั้น ไม่ได้ขยายธุรกิจอย่างรวดเร็วเพียงเพราะมีความต้องการสำหรับสินค้าหรือบริการในตลาดสูง
- ลดความเสี่ยงโดยการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลาดที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้จริง
- แบ่งปัน รวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีเพื่อการพัฒนาตลาด เพื่อผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภคและสังคม
- สร้างนวัตกรรมแห่งองค์กรที่มีจริยธรรม ความอดทนและมีความขยันหมั่นเพียรเป็นค่านิยมพื้นฐาน

และจากการศึกษาความสอดคล้องของแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2553) สามารถสรุปความสอดคล้องดังตาราง 2.1



ตารางที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร

แนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนแห่งองค์กร
1. การมองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจเชิงนโยบาย ไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว โดยรวมถึงการคาดการณ์ถึงสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงในอนาคต และลงทุนในการเตรียมองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น	ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกัน	ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึง ในขณะที่มุ่งสู่เป้าหมาย มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง
2. ให้ความสำคัญกับพนักงาน อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการรักษาและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง แม้ในยามวิกฤต นอกเหนือจากนี้แล้วยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้บริหารระดับสูงจากภายในองค์กรอีกด้วย	ความพอประมาณ ความมีเหตุผล คุณธรรม	มีนวัตกรรมสูง และสามารถตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึงได้ดีกว่า
3. ให้ความสำคัญกับการรักษาผลประโยชน์ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมด รวมถึงประชากรและสังคมในอนาคต อย่างเป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าในบางกรณีการรักษาผลประโยชน์ดังกล่าว อาจจะหมายถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นก็ตาม	ความมีเหตุผล ความรู้	ป้องกันวิกฤตทางสังคม และมีคนช่วยเหลือให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้เมื่อประสบวิกฤต

ตารางที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร (ต่อ)

แนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนแห่งองค์กร
4. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมทุกมิติขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ไม่จำกัดอยู่เพียงนวัตกรรม ในผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่เกิดจากหน่วยงาน Research & Development แต่เพียงอย่างเดียว	ความมีเหตุผล ความรู้	มีนวัตกรรมสูง ทั้งแบบ Radical และ Incremental ลอกเลียนแบบยาก จึงรักษาสถานะความเป็นผู้นำได้
5. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล	ความมีเหตุผล ความรู้	ต้นทุนต่ำ สร้างความสามารถในการแข่งขัน
6. พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตหรือให้บริการที่มีประสิทธิภาพ แต่ราคาไม่สูง โดยเฉพาะเทคโนโลยี ที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย	ความมีเหตุผล ความรู้	ต้นทุนต่ำ มีนวัตกรรม สร้างความสามารถในการแข่งขัน
7. ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว เท่านั้น ถึงแม้ว่าการกระทำดังกล่าว จะจำกัดโอกาสในการสร้างกำไรระยะสั้นขององค์กรก็ตาม	ความพอประมาณ การสร้างภูมิคุ้มกัน	ไม่มีความเสี่ยงสูง พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึง
8. บริหารความเสี่ยงโดยการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลาดที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้จริง	การสร้างภูมิคุ้มกัน ความมีเหตุผล ความรู้	ความเสี่ยงต่ำ สามารถดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
9. แบ่งปัน รวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีกับคู่แข่งหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาตลาดและผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภค และสังคม	ความรู้ คุณธรรม	นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

**ตารางที่ 2.1** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร (ต่อ)

แนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนแห่งองค์กร
10. มีนวัตกรรมที่แข็งแกร่ง โดยมีจริยธรรม ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร และนวัตกรรมเป็นค่านิยมร่วมพื้นฐาน	คุณธรรม	ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่า และสามารถฝ่าฟันวิกฤตได้

นอกจากนี้ จากการศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (อภิชัย พันธเสน, 2550) สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมั่นคงและถาวรในระยะยาว มีดังนี้

- ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม คือ การใช้เทคโนโลยีที่ราคาไม่แพงแต่ถูกหลักวิชาการ
- มีขนาดการผลิตที่เหมาะสมสอดคล้องกับการบริหารจัดการ
- ไม่โลภเกินไปและไม่เน้นกำไรระยะสั้นเป็นหลัก
- เน้นความซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบการ
- เน้นการบริหารความเสี่ยงต่ำ (Down Side Risk Management)
- เน้นการตอบสนองตลาดภายในท้องถิ่น ภูมิภาค อีกทั้งตลาดภายในประเทศและ

ต่างประเทศเป็นหลัก

### 2.3 ระดับของเศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้

เศรษฐกิจพอเพียงมีแนวคิดการตัดสินใจอยู่ที่ความสมดุลและไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกัน โดยมีฐานความรู้และคุณธรรมเป็นองค์ประกอบ ซึ่งหลักเศรษฐกิจพอเพียงมี 3 ระดับ ได้แก่

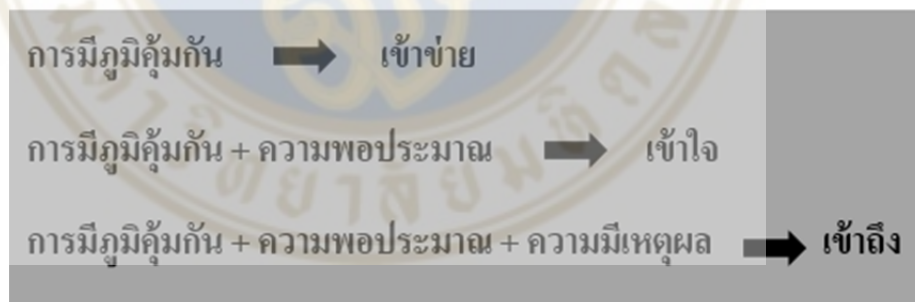
1. เศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน หมายถึง การดำรงชีวิตของบุคคล หรือกลุ่มคน หรือชุมชนที่เล็กที่สุด เน้นการดำรงชีพด้วยการพึ่งพาตนเอง รู้จักทำงานให้เหมาะสมกับการดำรงชีพ ไม่โลภและไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น

2. เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า คือ การแลกเปลี่ยนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้ส่วนรวมได้รับประโยชน์ และนำไปสู่การพัฒนาชุมชนและสังคมให้เจริญก้าวหน้า เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า คือพื้นฐานของการทำธุรกิจ อย่างมีความรู้และคุณธรรม

3. เศรษฐกิจพอเพียงระดับเครือข่าย คือ เศรษฐกิจในระดับมหภาค หรือเศรษฐกิจของประเทศ ของจังหวัด ของอำเภอ ฯลฯ ซึ่งเป็นเศรษฐกิจของกลุ่มคนขนาดใหญ่และเน้นเศรษฐกิจของคนส่วนมาก ซึ่งมีมาตรฐานการวัดที่แตกต่างกันแต่ละระดับ (หอการค้าไทย, 2553, เศรษฐกิจพอเพียงปรัชญาใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์, 26)

เศรษฐกิจพอเพียงอาจไม่จำเป็นต้องเริ่มจาก “ปัญหาที่ถูกกำกับด้วยสติ” แล้วนำไปสู่ชีวิตที่มีคุณธรรม แต่อาจเกิดจาก “การเห็นอันตรายจากความประมาทหรือความเสี่งที่เกิดขึ้นแล้ว” คือเริ่มจากพื้นฐานความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเพื่อที่จะอยู่รอดด้วยการมีภูมิคุ้มกัน ซึ่งหลังจากมีภูมิคุ้มกันแล้วจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความคิดในเรื่องความพอเพียงหรือพอประมาณและเมื่อปฏิบัติจนกลายเป็นวิถีชีวิตแล้วก็จะเข้าใจความหมายของการมีเหตุผล ขั้นตอนที่สูงที่สุด คือการ “เข้าถึง” ความเป็นเศรษฐกิจพอเพียง จากการมีภูมิคุ้มกันถือได้ว่าเป็นการ “เข้าข่าย” ของการปฏิบัติตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเกิดจากความ “เข้าใจ” ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง (อภิชัย พันธเสน และคณะ, 2555, เหลียวหลังเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในทศวรรษหน้า 2556-2565, 14-15)

สามารถสรุปความสัมพันธ์ ได้ดังภาพ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ของระดับเศรษฐกิจพอเพียง (1)

หรือแสดงด้วยแผนภาพ ได้ดังภาพ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ของระดับเศรษฐกิจพอเพียง (2)

## 2.4 ความแตกต่างของเจเนอเรชัน (Generation)

สำหรับเจเนอเรชัน (Generation) ที่จะกล่าวต่อไปสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ไม่ใช่เป็นเพียงการแบ่งช่วงอายุหรือยุคสมัยเพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางด้านความคิด วิถีชีวิต การรับรู้ และการปรับตัวให้เท่าทันต่อสถานการณ์หรือกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นอีกด้วย โดยมีการให้คำนิยามเกี่ยวกับแต่ละเจเนอเรชันต่างๆ ไว้อย่างมากมาย

เจเนอเรชัน หมายถึง สังคมที่แตกต่างกันในแต่ละยุคแต่ละสมัย ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสมัยนั้นๆ แตกต่างกันไป กล่าวคือ ผู้คนที่เจริญเติบโตภายใต้ สภาพแวดล้อมอย่างหนึ่ง ก็จะได้รับ การปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และค่านิยม ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรมในรูปแบบหนึ่ง ส่งผลทำให้คนรุ่นหนึ่งของสังคมมีคุณลักษณะ ที่แตกต่างออกไปจากคนอีกรุ่นหนึ่ง อย่างชัดเจน (Billingham, 2007 อ้างใน ชานนท์ ศิริธร, 2554)

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรม การซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation B Generation X และ Generation Y ที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาของ (พรนิภา หาญ มะโน, 2558) แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของคนเจเนอเรชัน X และ Y ไว้ดังนี้

กลุ่มคน Generation X สามารถสรุปได้ว่า เป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะมีความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่ชอบพึ่งพาใคร เป็นคนรักอิสระ สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี และให้ความสำคัญ สมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work life Balance)

ส่วนกลุ่มคน Generation Y สามารถสรุปได้ว่า เป็นกลุ่มคนที่เป็นตัวของตัวเองและมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ชอบสิ่งที่ท้าทายแปลกใหม่ มีความ อยากรู้อยากเห็น ชอบปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น นอกจากนี้ ยังใจร้อนและไม่มีความอดทนให้ความสำคัญกับเงิน รายได้ และการศึกษา รวมทั้งมีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจเนอเรชัน: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์สและเจเนอเรชัน Y (รัชฎา อติสนธิสกุล และอ้อยอุมารุ่งเรือง, 2548 อ้างใน ขวัญชนก กมลศุภจินดา, 2557) กล่าวเกี่ยวกับคนเจเนอเรชัน X และ Y ไว้ว่า

เจเนอเรชัน X – Gen X คือ ผู้ที่เกิดในปี ค.ศ. 1965-1979 หรือระหว่างปี พ.ศ. 2508-2522 ซึ่งเป็นช่วงที่สภาวะทางเศรษฐกิจเริ่มเกิดการถดถอย การจ้างงานต่ำทำให้คนจำนวนเด็กที่เกิดในเจเนอเรชันนี้ลดลงเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับช่วงเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส จึงเรียกได้อีกอย่างว่า Baby Bust Generation กลุ่มคนในเจเนอเรชันนี้ให้ความสำคัญกับการทำงาน และเริ่มใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้เป็นอย่างดี

ส่วนเจเนอเรชัน Y – Gen Y หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1980-1996 หรือระหว่างปี พ.ศ.2523-2539 โดยคนกลุ่มนี้จะป็นรุ่นลูกของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์สที่มีลูกช้า ลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ มีความเชื่อมั่นและยึดถือตนเองเป็นหลัก จึงทำให้เจเนอเรชันอื่นๆ ต่างมองว่าคนกลุ่มนี้เป็นพวกเห็นแก่ตัว ไม่เชื่อฟัง อีกทั้งคลั่งไคล้เทคโนโลยี เพราะเกิดมาในช่วงที่เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะในด้านของการสื่อสารข้อมูล เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเรื่องช่องว่างระหว่างวัย หรือ Generation Gap ของพนักงานในองค์กรต่างๆ (รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ, 2559) พบคุณลักษณะสำคัญของคนทั้ง 4 เจเนอเรชัน และสรุปออกมาเป็นภาพรวม ดังตาราง 2.2

ตารางที่ 2.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของกลุ่มงานเนอร์เซ็นเบบี้บูมเมอร์ส เอ็กซ์ วายและแซด

คุณลักษณะ ด้านต่างๆ	เจนเนอร์เซ็น เบบี้บูมเมอร์ส	เจนเนอร์เซ็นเอ็กซ์	เจนเนอร์เซ็นวาย	เจนเนอร์เซ็น แซด
ค่านิยมการ ทำงาน	- มีชีวิตเพื่อการทำงาน (Live to Work)	- ความสมดุลระหว่าง งานกับชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance)	-ความสมดุลระหว่าง งาน กับชีวิตส่วนตัว(Work- Life Balance)	-ความสมดุล ระหว่างงานกับ ชีวิตส่วนตัว
บุคลิกภาพ	- เชื่อมั่นในตนเองสูง - ขยัน มุ่งมั่น ทุ่มเทใน การทำงาน - มีวินัย - อดทนสูง	- เชื่อมั่นในตนเองสูง - รักการเป็นเจ้าของ กิจการ - ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ - อดทนต่ำ	- เชื่อมั่นในตนเองสูง - กล้าแสดงออก - มีความคิดสร้างสรรค์ - อดทนต่ำ	-มีความเป็นตัว ของตัวเองสูง -ชอบการ แสดงออก
คุณค่าของงาน	- วิธีการทำงานและ ปฏิบัติตามกฎระเบียบ	- ผลลัพธ์ของงาน	- ผลลัพธ์ของงาน - ความท้าทายของงาน	- ความท้าทาย ของงาน
รูปแบบการ ทำงาน	- มีสายการบังคับบัญชา ชั้นตอนการทำงาน ชัดเจน	- ชอบความเป็นอิสระ - ทำหายกฎระเบียบ แบบเก่า - ไม่ชอบงานที่เป็น ทางการหรือมีพิธีรีตอง - ต้องการเวลาทำงานที่ ยืดหยุ่นได้ - ตั้งเป้าหมายในการ ทำงานชัดเจน	- ชอบความเป็นอิสระ - ทำหายกฎระเบียบแบบ เก่า - ไม่ชอบงานที่เป็น ทางการหรือมีพิธีรีตอง - ต้องการเวลาทำงานที่ ยืดหยุ่นได้ - สามารถทำงานได้หลาย อย่างในเวลาเดียวกัน	-ชอบการทำงาน แบบอิสระ
ค่านิยมการ ทำงาน	- มีชีวิตเพื่อการทำงาน (Live to Work)	- ความสมดุลระหว่าง งานกับชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance)	-ความสมดุลระหว่าง งาน กับชีวิตส่วนตัว(Work- Life Balance)	-ความสมดุล ระหว่างงานกับ ชีวิตส่วนตัว
บุคลิกภาพ	- เชื่อมั่นในตนเองสูง - ขยัน มุ่งมั่น ทุ่มเทใน การทำงาน - มีวินัย - อดทนสูง	- เชื่อมั่นในตนเองสูง - รักการเป็นเจ้าของ กิจการ - ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ - อดทนต่ำ	- เชื่อมั่นในตนเองสูง - กล้าแสดงออก - มีความคิดสร้างสรรค์ - อดทนต่ำ	-มีความเป็นตัว ของตัวเองสูง -ชอบการ แสดงออก
คุณค่าของงาน	- วิธีการทำงานและ ปฏิบัติตามกฎระเบียบ	- ผลลัพธ์ของงาน	- ผลลัพธ์ของงาน - ความท้าทายของงาน	- ความท้าทาย ของงาน

ตารางที่ 2.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ส เอ็กซ์ วายและแซด (ต่อ)

คุณลักษณะ ด้านต่างๆ	เจนเนอเรชั่น เบบี้บูมเมอร์ส	เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์	เจนเนอเรชั่นวาย	เจนเนอเรชั่น แซด
รูปแบบการ ทำงาน	- มีสายการบังคับบัญชา ขั้นตอนการทำงาน ชัดเจน	- ชอบความเป็นอิสระ - ทำหายกฎระเบียบ แบบเก่า - ไม่ชอบงานที่เป็น ทางการหรือมีพิธีรีตอง - ต้องการเวลาทำงานที่ ยืดหยุ่นได้ - ตั้งเป้าหมายในการ ทำงานชัดเจน	- ชอบความเป็นอิสระ - ทำหายกฎระเบียบแบบ เก่า - ไม่ชอบงานที่เป็น ทางการหรือมีพิธีรีตอง - ต้องการเวลาทำงานที่ ยืดหยุ่นได้ - สามารถทำงานได้หลาย อย่างในเวลาเดียวกัน	-ชอบการทำงาน แบบอิสระ
การปฏิสัมพันธ์ ในงาน	- ประชุม ระดมความ คิดเห็น	- ทำงานเดี่ยว - พึ่งพาความสามารถ ของตนเอง	- ทำงานเป็นทีม - เน้นความสัมพันธ์ในกลุ่ม	ทำงานเป็นทีม ไม่ชอบอยู่ใน กรอบ
คุณลักษณะด้าน ต่างๆ	เจนเนอเรชั่น เบบี้บูมเมอร์ส	เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์	เจนเนอเรชั่นวาย	เจนเนอเรชั่น แซด
การใช้ เทคโนโลยี	- ใช้เทคโนโลยีเท่าที่ จำเป็น	- ใช้เทคโนโลยีในงาน	- ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วน หนึ่งของชีวิต	- ใช้เทคโนโลยี เป็นส่วนหนึ่ง ของชีวิต
การ ติดต่อสื่อสาร	- สื่อดั้งเดิม เช่น การ เห็นหน้าแบบตัวต่อตัว (Face to Face) โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	- สื่อสารผ่านระบบ คอมพิวเตอร์ เช่น เว็บไซต์ (Website) อีเมล (E-mail)	- สื่อสารผ่านระบบ - สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม	- สื่อสารผ่าน ระบบ คอมพิวเตอร์ - สื่อสังคม ออนไลน์
การยอมรับการ เปลี่ยนแปลง	- ไม่ชอบการ เปลี่ยนแปลง - ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม	- ปรับตัวและยอมรับ การเปลี่ยนแปลงได้ดี	- ชอบการเปลี่ยนแปลง	- ชอบการ เปลี่ยนแปลง
แรงจูงใจ	- งานมีความมั่นคง - ความน่าเชื่อถือ - ได้รับการยอมรับ	- ทำงานได้อย่างอิสระ - ค่าตอบแทนคุ้มค่า	- โอกาสก้าวหน้าในอาชีพ - ค่าตอบแทนสูง	- โอกาส ก้าวหน้าใน อาชีพ
ความภักดีต่อ องค์กร	- ภักดีต่อองค์กรสูง	- ไม่ผูกพันกับองค์กร มากนัก - เปลี่ยนงานง่าย	- ไม่ผูกพันกับองค์กร - เปลี่ยนงานง่าย	ไม่ชอบเงื่อนไข การทำงานที่มี การผูกมัดตัวเอง



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยตามขอบเขตในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงความเข้าใจ แรงจูงใจ และทัศนคติในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับธุรกิจแต่ละประเภท ซึ่งบริหารงานโดยผู้ประกอบการแต่ละเจเนอเรชัน ได้แก่ เจเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) โดยมีรายละเอียดดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรที่ศึกษา
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

การดำเนินวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์ในการศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยอย่างครบถ้วน จึงเลือกวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์ (Interview) ในการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการแต่ละประเภทธุรกิจที่หลากหลาย จำนวนทั้งสิ้น 30 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสารต่างๆ ได้แก่ วารสารที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การประยุกต์ใช้ในภาคเอกชน ลักษณะพฤติกรรมของคนแต่ละเจเนอเรชัน รวมไปถึงข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเขียนเค้าโครงงานวิจัย

### 3.2 ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่เลือกศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก-ขนาดกลาง (SME) ในเจนเนอร์เรชั่นเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) จากหลากหลายประเภทธุรกิจ จำนวนทั้งสิ้น 30 คน ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งใช้ดุลยพินิจและการตัดสินใจของผู้วิจัยเป็นหลัก โดยผ่านการพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย อีกทั้งใช้วิธีแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยคำนึงถึงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ให้ได้เจนเนอร์เรชั่นละเท่าๆ กัน เพื่อข้อมูลที่ครบถ้วนสำหรับนำมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ในภายหลัง ได้แก่

1. ผู้ประกอบการรุ่น Generation X จำนวน 15 คน
2. ผู้ประกอบการรุ่น Generation Y จำนวน 15 คน

ซึ่งประชากรที่กล่าวมาในข้างต้น ทำการเลือกและอ้างอิงจากลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 ซึ่งได้กำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีหลักเกณฑ์ดังตาราง 3.1

ตารางที่ 3.1 ลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-60
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางหรือมีจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์การพิจารณา (กรมสรรพากร,ออนไลน์,2559)

### 3.3 เครื่องมือและที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงถึงทัศนคติและความเข้าใจที่มีต่อหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเต็มที่ โดยที่ผู้วิจัยมีการจัดทำหัวข้อเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ก่อนที่จะลงเก็บข้อมูล ซึ่งมีการแบ่งรูปแบบการสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ คำถามทั่วไป เพื่อการจัดหมวดหมู่เจเนอเรชัน

ส่วนที่ 2 คือ คำถามประเมินความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ส่วนที่ 3 คือ คำถามสำรวจทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ครบตามที่กำหนดแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ หรือที่เรียกว่าการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำข้อมูลมาตีความร่วมกับการใช้แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาสรุปมาบรรยาย เพื่อตอบคำถามงานวิจัยและสรุปผลต่อไป

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง “การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการจากเจนเนอเรชั่น X และเจนเนอเรชั่น Y จำนวนรวม 30 คน โดยสามารถประมวลผลการวิจัยได้ดังตาราง 4.1

### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไป เพื่อการจัดหมวดหมู่เจเนอเรชั่นของผู้ประกอบการ ทั้งหมด 30 คน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	14	46.7
หญิง	16	53.3
รวม	30	100.0
<b>ปี พ.ศ. เกิด</b>		
พ.ศ. 2508-2522	15	50.0
พ.ศ. 2523-2539	15	50.0
รวม	30	100.0
<b>การศึกษา</b>		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	1	3.3
มัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา	4	13.3
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	25	83.4
รวม	30	100.0

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไป เพื่อการจัดหมวดหมู่เจเนอเรชันของผู้ประกอบการ ทั้งหมด 30 คน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
<b>ประเภทธุรกิจ</b>		
ผลิตสินค้า	4	13.3
ค้าส่ง	4	13.3
ค้าปลีก	8	26.7
ให้บริการ	14	46.7
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.0</b>
<b>ขนาดธุรกิจ</b>		
ไม่เกิน 15 คน	21	70.0
ไม่เกิน 25 คน	2	6.7
ไม่เกิน 50 คน	5	16.6
ไม่เกิน 100 คน	2	6.7
ไม่เกิน 200 คน	0	0
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.0</b>
<b>อุตสาหกรรม / ประเภทธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอยู่</b>		
อาหารและเครื่องดื่ม	6	20.0
เครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง	1	3.3
สุขภาพและความงาม	3	10.0
สื่อ / สิ่งพิมพ์	0	0
การขนส่งและโลจิสติกส์	2	6.7
การเกษตร	3	10.0
อื่นๆ	15	50.0
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมด 30 คน ที่ให้สัมภาษณ์เป็นเพศชาย 14 คน และเพศหญิง 16 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และ 53.3 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2508-2522 (เจเนอเรชัน X) และพ.ศ. 2523-2539 (เจเนอเรชัน Y) มีจำนวนเท่ากันเนื่องจากใช้วิธีกำหนด

โควตา คือ กลุ่มละ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 25 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 83.4 ระดับมัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา จำนวน

4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ส่วนข้อมูลในการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าอยู่ในประเภทธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ผ้าและผ้าส่ง จำนวนกลุ่มละ 4 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เป็นผู้ค้าปลีก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และให้บริการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ตามลำดับ นอกจากนี้ขนาดของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ที่ขนาดไม่เกิน 15 คน เป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ ขนาดไม่เกิน 50 คน เป็นจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ธุรกิจขนาดไม่เกิน 25 และไม่เกิน 100 คน มีจำนวนเท่ากัน คือจำนวนกลุ่มละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และส่วนสุดท้ายคืออุตสาหกรรมหรือประเภทธุรกิจที่กำลังดำเนินธุรกิจอยู่ พบว่า ครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในประเภทหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ เป็นจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตัวอย่างเช่น ด้านเทคโนโลยี หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น รองลงมาคือ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ลำดับถัดมาคือ ด้านสุขภาพ/ความงามและด้านการเกษตร ซึ่งได้แก่ สินค้าแปรรูปจากผลผลิตต่างๆ มีจำนวนเท่ากันคือ จำนวนกลุ่มละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 นอกจากนี้ ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ เป็นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนด้านเครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง เป็นจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

## 4.2 การประเมินความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

### 4.2.1 เจเนอเรชัน X

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X (เกิดระหว่าง พ.ศ. 2508-2522) ทั้งหมด 30 คน พบว่ามีความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

#### 4.2.1.1 ความหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีอยู่เดิมของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่ คือ มีความพอดี รู้จักประมาณตนในการดำเนินชีวิต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 11 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ (2559) ที่พบว่าการปฏิสัมพันธ์ในงานของกลุ่มคนเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะที่ขอบพึงพาความสามารถของตนเองเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) อีกด้วย จึงส่งผลให้ความเข้าใจต่อการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจ

พอเพียงมาประยุกต์ใช้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงานหรือชีวิตส่วนตัว ก็มักจะเริ่มจากกระทำภายในขอบเขตความสามารถของตนเองก่อนเสมอ

“การประกอบกิจการงานที่อยู่ในความพอดี ไม่ทำเกินตัว สามารถดูแลได้  
ทั่วถึงด้วยตัวเองหรือกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง โดยไม่ต้องจ้างงานเพิ่ม ไม่หวังเพียงผลกำไร” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางในการดำเนินชีวิต ที่มีความพอดีไม่น้อยเกินไป  
และไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจให้บริการ  
และคำปรึกษาด้านเทคโนโลยี)

“การใช้ชีวิตอย่างพอดี ไม่ใช่การประหยัด แต่คือการใช้ชีวิตไม่ให้ตัวเอง  
เดือดร้อน” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ทำทุกอย่างให้อยู่ในความพอดีกับตนเอง เพื่อให้มีเงินมีใช้ไปตลอด”  
(ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจอะไหล่รถยนต์)

“ไม่ใช่จ่ายเกินตัว ไม่ฟุ่มเฟือย ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพ พึ่งพาตนเอง”  
(ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจการประกันภัย)

“การทำสิ่งใดก็ตามที่ประมาณตนเอง และมีแผนสำรอง” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

#### 4.2.1.2 สิ่งที่น่าถกเถียงเมื่อกล่าวถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านสิ่งที่น่าถกเถียงเมื่อกล่าวถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์ชั่น X ส่วนใหญ่ จะนึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช หรือในหลวง  
รัชกาลที่ 9 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 8 คน จาก 15 คน เนื่องจากความผูกพัน และการเป็นบุคคลตัวอย่างจาก  
การทรงงานพระราชกรณียกิจน้อยใหญ่เพื่อพสกนิกร

“ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่สอนหลักนี้ให้ประชาชนชาวไทยไปปฏิบัติ”  
(ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจอะไหล่รถยนต์)

“โครงการพระราชดำริต่างๆ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช  
รวมถึงคำสอนต่างๆ แนวคิด และตัวอย่างที่ท่านเคยได้สร้างไว้” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจ  
แปรรูปสินค้าเกษตร)

“รัชกาลที่ 9 และผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรรม” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น  
X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ในหลวง ร.9” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความ  
งาม)

“ในหลวง ร.9” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์ชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“ในหลวง ร.9 และความพอเพียง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจ อพาร์ทเมนท์)

“ร.9” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทเลคอม)

#### 4.2.1.3 เป้าหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านเป้าหมายในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X คือ การอยู่อย่างพึ่งพาตนเองได้ทั้งในการดำเนินธุรกิจและชีวิตประจำวัน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 9 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ในหัวข้อ 4.2.1.1 ว่ากลุ่มคนเจเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะชอบพึ่งพาความสามารถของตนเองเป็นหลัก และยังให้ความสำคัญระหว่างความสมดุลของงานกับชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) ดังนั้น เป้าหมายจากการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของคนกลุ่มนี้ ผลลัพธ์จึงเป็นการพึ่งพาตนเองได้ในชีวิตประจำวัน

“พึ่งตนเองได้ระดับหนึ่ง อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างสันติสุข อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจให้บริการและคำปรึกษาด้านเทคโนโลยี)

“การพึ่งพาตนเอง ให้สามารถอยู่กับการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ และเทคโนโลยีไปพร้อมกันได้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทเลคอม)

“เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ไม่ตกเป็นเบี้ยล่างนายทุนต่างๆ ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“ให้คนอยู่อย่างพึ่งพาตนเองได้ นำสิ่งที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เพื่อให้ประชาชนยังชีพได้ด้วยตนเอง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจอะไหล่รถยนต์)

“ทุกคนอยู่อย่างดูแลตนเองได้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

#### 4.2.1.4 บุคคลที่ควรแก่การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านบุคคลที่สามารถประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X ทั้งหมดเห็นตรงกันว่าเหมาะสำหรับทุกคนและทุกสาขาอาชีพทั้ง 15 คน เนื่องจากผลลัพธ์ที่มีให้เห็น ไม่ว่าจะจากการลงมือปฏิบัติเอง หรือจากคำบอกเล่าของผู้มีประสบการณ์ ทั้งหมดล้วนเป็นเครื่องพิสูจน์แล้วว่าทุกคนสามารถน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน



“เหมาะสำหรับประชาชนทุกคน อยู่ที่การรู้จักเลือกนำปรัชญาข้อใดมาพัฒนา ความเป็นอยู่ และหน้าที่การงาน ได้ตรงตามจุดประสงค์” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจแปรรูป สิ้นค้าเกษตร)

“ประชาชนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เหมาะสมทุกฐานะ วัยเรียน วัยทำงาน วัยชรา” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจแปรรูปสิ้นค้าเกษตร)

“เหมาะสำหรับทุกคน ทั้งคนธรรมดา ผู้ประกอบการ พนักงานต่างๆ ให้ อยู่อย่างพอเพียง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เหมาะสำหรับทุกคนทั้งพนักงานทั่วไปและเจ้าของธุรกิจ”(ผู้ประกอบการ เจเนอเรชั่น X, ธุรกิจอะไหล่รถยนต์)

#### 4.2.1.5 ความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X ที่มีความเข้าใจและสามารถอธิบายครบถ้วนตามหลักของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติที่ได้สรุปไว้เป็นแนวทางเพื่อคนไทย เป็นจำนวน 5 คน จาก 15 คน ดังนี้

“หลัก 3 ห่วง คือ ความพอดี ความเหมาะสม มีเหตุผล สามารถพิจารณา ผลกระทบที่มีโอกาสเกิดกับธุรกิจ สร้างภูมิคุ้มกันและวางแผน 2 เงื่อนไข คือ เจ้าของควรมีความรู้ เพื่อลดความผิดพลาด ประกอบอาชีพที่สุจริต และรับผิดชอบสังคม” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจแปรรูปสิ้นค้าเกษตร)

“ความพอประมาณ คือ ไม่ลงทุนเกินตัว ความมีเหตุผล คือ บริหารอย่างมี เหตุผลมีภูมิคุ้มกัน คือ มีแผนสำรอง ความรู้ คือ มีความรู้มาพัฒนาคุณธรรม คือ สุจริต และรับผิดชอบต่อ สังคม” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันที่ดี มีคุณธรรมใช้สติปัญญา มีความรู้ และรอบคอบ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

#### 4.2.1.6 ความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านความเกี่ยวเนื่องระหว่างความยั่งยืนกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่ มองว่าเป็นผลลัพธ์จากการดำรงตนอยู่ในความพอเพียง ซึ่งนำมา สู่ความมั่นคง ยั่งยืน และชีวิตที่ดีขึ้น เป็นจำนวน 6 คน จาก 15 คน สอดคล้องกับผลลัพธ์ ในหัวข้อ 4.2.1.1 และ 4.2.1.3 เรื่องของการดำรงตนและการพึ่งพาตนเองตามกำลังความสามารถที่มี เกิดเป็น การรู้จักประมาณตน จึงทำให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน

“ถ้าทุกคนใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ก็จะทำให้มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในการประกอบธุรกิจ ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจอะไหล่รถยนต์)

“เมื่อเรารู้จักกิน รู้จักใช้ รู้จักอยู่กับความพอประมาณ ก็จะทำให้เราอยู่อย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ถ้าเราดำเนินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เราจะยั่งยืนทั้งตัวเรา คนรอบข้าง และธุรกิจ เพราะต่างฝ่ายได้พึ่งพาอาศัยกัน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“หากยึดหลักและปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง จะทำให้ธุรกิจมีความยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจอาร์ทเม้น)

#### 4.2.2 เจเนอเรชั่น Y

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y (พ.ศ. 2523-2539) ทั้งหมด 30 คน พบว่ามีความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

##### 4.2.2.1 ความหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีอยู่เดิมของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่ คือ ความยั่งยืน ในการดำเนินชีวิตและธุรกิจ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรนิภา หาญมะโน (2558) ที่พบว่ากลุ่มคน เจเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะในการให้ความสำคัญกับเงินรายได้เป็นหลัก นำมาสู่การวางแผนทั้งปัจจุบัน และในอนาคตระยะยาว คำนึงถึงการมองการณ์ไกล ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่นำมาสู่ความยั่งยืน

“การมุ่งหวังให้เลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง)

“ทำธุรกิจอย่างมั่นคง ด้วยหลักคุณธรรม” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เน้นให้คนธรรมดาสามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ธุรกิจที่โตแบบยั่งยืน ความเสี่ยงต่ำ มีการกระจายความเสี่ยง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

#### 4.2.2.2 สิ่งที่น่าถกเถียงเมื่อกล่าวถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านสิ่งที่น่าถกเถียงเมื่อกล่าวถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการ เจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่ จะนึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช หรือในหลวง รัชกาลที่ 9 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 คน จาก 15 คน เนื่องจากความผูกพัน และการเป็นบุคคลตัวอย่างจาก การทรงงานพระราชกรณียกิจน้อยใหญ่เพื่อพสกนิกรเช่นเดียวกับเจเนอเรชัน X

“คำสอนในการดำเนินชีวิตของในหลวงรัชกาลที่ 9” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจผลิตสินค้าเซรามิก)

“ในหลวงรัชกาลที่ 9” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเหล็กรูปพรรณ)

“รัชกาลที่ 9” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มและเครื่อง หนึ่ง)

“คำสอนของในหลวงรัชกาลที่ 9” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจ ผลิตชิ้นงานพลาสติก)

#### 4.2.2.3 เป้าหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านเป้าหมายในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของ ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y คือ การดำรงชีวิตอยู่แบบพอมีพอกิน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 7 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ในหัวข้อ 4.2.2.1 ว่ากลุ่มคนเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะที่ค่อนข้าง คำนึงถึงเงินรายได้เป็นหลัก ซึ่งนำมาสู่การวางแผนทั้งในปัจจุบันและอนาคตเรื่องการ ใช้จ่าย ผลลัพธ์ ที่ได้คือการใช้ชีวิตตามฐานะของตนเอง

“ให้ทุกคนอยู่ได้อย่างยั่งยืน พอมีพอกิน ไม่เป็นหนี้สิน” (ผู้ประกอบการ เจเนอเรชัน Y, ธุรกิจผลิตสินค้าเซรามิก)

“ให้เราใช้ชีวิตแบบพอดีกับฐานะ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจระบบ แสงสว่าง)

“ให้ประชาชนรู้จักควบคุมค่าใช้จ่าย รายรับ-รายจ่าย ให้พอดีตัว” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจผลิตชิ้นงานพลาสติก)

“ความพออยู่พอกิน ไม่มากเกินไป น้อยไป ไม่โลภ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเหล็กรูปพรรณ)

“ความพอดี ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเหล็กรูปพรรณ)

“ให้ผู้คนใช้ชีวิตอย่างพอดี ตามสัดส่วนรายได้ ใช้เท่าที่จำเป็น ไม่สร้างหนี้ จะเกิดการออม ช่วยส่งเสริมให้ปัญหาสังคมต่างๆ ลดลง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

#### 4.2.2.4 บุคคลที่ควรแก่การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านบุคคลที่สามารถประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าเหมาะสำหรับทุกคนและทุกสาขาอาชีพ เป็นจำนวน 14 คน จาก 15 คน เนื่องจากผลลัพธ์ที่มีให้เห็น ไม่ว่าจะจากการลงมือปฏิบัติเอง หรือจากคำบอกเล่าของผู้มีประสบการณ์ ทั้งหมดล้วนเป็นเครื่องพิสูจน์แล้วว่าทุกคนสามารถน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ได้อย่างเท่าเทียมกันเช่นเดียวกับเจเนอเรชัน X

“ทุกคนในสังคม นำไปประยุกต์ใช้ได้หมด” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเหล็กรูปพรรณ)

“เหมาะสำหรับทุกคน อยู่ที่ว่าจะนำมาประยุกต์ใช้อย่างไร” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจผลิตสินค้าเซรามิก)

“เหมาะสำหรับทุกคนและทุกวัย” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจรับหมวกก่อสร้าง)

“เหมาะกับทุกคน ทั้งผู้ทำการเกษตร นักธุรกิจ หรือคนทั่วไป” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“เหมาะสำหรับทุกอาชีพ เพราะทำให้กิจการดำเนินได้ตามกำลังของเราเอง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“สามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกคน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง)

#### 4.2.2.5 ความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ที่มีความเข้าใจและสามารถอธิบายครบถ้วนตามหลักของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ได้สรุปไว้เป็นแนวทางเพื่อคนไทย เป็นจำนวน 7 คน จาก 15 คน ซึ่งมีจำนวนมากกว่าเจเนอเรชัน X อาจเป็นผลเชื่อมโยงจากการรับสื่อ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชฎา อสิสนธิสกุล และอ้อยอุมา รุ่งเรือง (2548) ที่พบว่าคนเจเนอเรชัน Y เกิดมาในช่วงที่เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะในด้านของการสื่อสารข้อมูล เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงรับข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า

“ไม่เร่งขยายกิจการเกินไป เติบโตแบบมั่นคง คิดแบบรอบคอบในการทำ  
ธุรกิจประเมินความเสี่ยง เพื่อเตรียมรับมือ มีความรู้และเชี่ยวชาญในสิ่งที่ทำดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม”  
(ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

“ประมาณตัวเองในการลงทุน แก้ปัญหาอย่างรอบคอบประเมินความเสี่ยง  
ของกิจการใช้ความรู้และประสบการณ์ในการตัดสินใจทำการด้วยความสุจริต” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“ความพอประมาณ ความมีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันส่วนเนื้อใจความรู้และ  
คุณธรรมจะนำไปสู่ชีวิตที่ดี” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“พอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน มีความรู้คู่คุณธรรมด้วย” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง)

#### 4.2.2.6 ความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ด้านความเกี่ยวเนื่องระหว่างความยั่งยืนกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง  
ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่ มองว่าเป็นผลลัพธ์จากการดำรงตนอยู่ในความพอเพียง เป็น  
จำนวน 6 คน จาก 15 คน เช่นเดียวกับเจนเนอเรชั่น X นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลลัพธ์ในหัวข้อ 4.2.2.3  
เรื่องของการวางแผนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งในปัจจุบันและอนาคต นำมาสู่การใช้ชีวิตตามฐานะของตนเอง  
ซึ่งอีกนัยหนึ่งก็คือ การรู้จักประมาณตน จึงสามารถดำรงตนให้อยู่ในความพอเพียง

“มีมากใช้มาก มีน้อยใช้น้อย ไม่สร้างหนี้ ทำให้เกิดการออม ถ้ามีเงินเก็บ  
มากขึ้น จะสร้างความสมดุลการเงินส่วนบุคคล ทำให้มีความยั่งยืน มีความสม่ำเสมอ อยู่ได้ยืนยาว”  
(ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เดินทางตามทางสายกลาง คือ ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไป อยู่ในความพอดี  
จะเกิดความยั่งยืนในการประกอบการ” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“การรู้จักพอเพียง ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ก็จะทำให้ธุรกิจที่เราทำอยู่ได้”  
(ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“ใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่หิวหว่า ทุกอย่าง  
จะเกิดความยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

## 4.3 การสำรวจทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

### 4.3.1 เจเนอเรชัน X

4.3.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินกิจการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดในการดำเนินกิจการที่ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ให้ความสำคัญ คือ การดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักความพอประมาณ รู้จักการประมาณตน และให้เป็นไปตามกำลังความสามารถ เป็นจำนวน 6 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ในหัวข้อ 4.2.1.1 ว่ากลุ่มคนเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะชอบพึ่งพาความสามารถของตนเองเป็นหลัก ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินกิจการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจของชนกลุ่มนี้ จึงเป็นการดำเนินกิจการตามกำลังความสามารถของตนเอง เนื่องจากการทำเกินความสามารถ อาจนำมาสู่ความเสียหายที่มากกว่า และไม่คุ้มค่ากับผลประโยชน์ที่จะได้รับ

“ทำตามความสามารถของตัวเอง ค่อยๆ ทำและเรียนรู้ไป” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“รับงานตามความสามารถของบุคลากรในบริษัท และส่งเสริมให้พนักงานศึกษาอบรมให้เกิดความเข้าใจในงานที่ทำ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ไม่ขยายกิจการจนเกินกำลัง และทำธุรกิจอย่างมีเหตุผล” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจอะไหล่รถยนต์)

“ไม่ลงทุนเกินตัว เน้นราคาที่ได้รับได้และมีคุณภาพ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจอาร์ทเม้น)

### 4.3.1.2 การเริ่มต้นประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การเริ่มประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่ มองว่าควรเริ่มต้นจากการพัฒนาความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นจำนวน 4 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุจิภาส โปธิ์ทองแสงอรุณ (2559) ที่พบว่า กลุ่มคนเจเนอเรชัน X สามารถปรับตัวและยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ดี และยังชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ดังนั้น จึงต้องการพัฒนาความรู้และทักษะให้ทันต่อยุคสมัยเพื่อประโยชน์ในการบริหารกิจการ

“เริ่มต้นจากการทดลองเอง ที่ผ่านมาได้ศึกษาระบบปลอดสารเคมี เพราะอยากได้ผลผลิตมากๆ จนตอนนี้เกษตรกรรายอื่นมาขอดูงาน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“พัฒนาสินค้าและบริการอย่างไม่หยุดนิ่ง บนความสุจริต” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ให้พนักงานรู้จักใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า จึงจัดให้มีการถ่ายทอดความรู้ให้กลุ่ม  
พนักงาน” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

#### 4.3.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

##### 4.3.1.3.1 ด้านความพอประมาณ

ด้านความพอประมาณ ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X ส่วนใหญ่  
ให้ความสำคัญกับเรื่องการลงทุนที่ไม่เกินตัว ดำเนินธุรกิจตามกำลังของตน เป็นจำนวน 10 คน จาก  
15 คน ดังนี้

“จะขยายเมื่อเงินหมุนเวียนเพียงพอ ไม่ต้องกู้ยืมมาก บริหาร  
จัดการทางการเงินได้” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“ไม่ลงทุนเกินตัว เกินฐานะตัวเอง” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น  
X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ลงทุนพอประมาณ ไม่เกินตัว” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X,  
ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ไม่ลงทุนมากเกินไป สั่งผลิตของตามออเดอร์” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“วางแผนปรับปรุงต้องดูแลตัวเองทั้งคน เงิน ให้พอเหมาะ  
พอควร ไม่เกินตัว” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจอาร์ทเม้น)

##### 4.3.1.3.2 ด้านความมีเหตุผล

ด้านความมีเหตุผล ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X ส่วนใหญ่  
ให้ความสำคัญกับเรื่องการบริหารงานและแก้ไขปัญหาเรื่องต่างๆ อย่างมีเหตุผล เป็นจำนวน 8 คน จาก  
15 คน ดังนี้

“เมื่อเกิดปัญหาเรื่องคน เราจะหาสาเหตุและแก้ไขปัญหาวาง  
มีเหตุผลตลอด มองผลกระทบด้วย” (ผู้ประกอบการเจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“ใช้เหตุผลในการบริหารงาน รับฟังลูกน้อง” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนเท่าเทียมกัน” (ผู้ประกอบการ  
เจนเนอร์เรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ใช้สติแก้ไขปัญหาและสถานการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในร้าน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เวลาคูยกับลูกค้า ผู้เช่า ต้องรับฟังมากๆ เพื่อเอาไปแก้ไขปัญหาต่อ และคิดถึงผลกระทบที่จะเกิดด้วย” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจจิวเวลรี่)

#### 4.3.1.3.3 ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี

ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการเตรียมพร้อมหรือการรับมือจากความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจเป็นจำนวน 11 คน จาก 15 คน ดังนี้

“เตรียมแผนหรือมาตรการรองรับลูกค้า กรณีที่มีลูกค้ามากเกิน หรือเจอปัญหาในร้าน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“จากการขายที่มีหน้าร้าน เพิ่มช่องทางขายสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“แตกไลน์ให้บริการ เพื่อรองรับตลาดที่เพิ่มขึ้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“มีการเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของเทคโนโลยี” (ผู้ประกอบการ เจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“วางแผนสำรอง ป้องกันการเงิน มีเงินสำรองในการทำธุรกิจ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจจิวเวลรี่)

#### 4.3.1.3.4 ด้านความรู้

ด้านความรู้ ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการแสวงหาความรู้เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ เพื่อสินค้าและบริการที่ดีขึ้น เป็นจำนวน 9 คน จาก 15 คน ดังนี้

“หาความรู้ เพื่อนำมาใช้ในธุรกิจ เช่น ศึกษาแบบแอร์ในรถยนต์ มาประยุกต์เพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

“แสวงหาความรู้และบริการใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ดี” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ศึกษาไอที เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารงาน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจจิวเวลรี่)

“ส่งเสริมการศึกษา หาความรู้เพิ่มเติม เพื่อนำมาพัฒนากิจการ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)



#### 4.3.1.3.5 ด้านคุณธรรม

ด้านคุณธรรม ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการค้าเงินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบลูกค้า เป็นจำนวน 10 คน จาก 15 คน

“มีความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบลูกค้า” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“ทำด้วยจิตใจบริการ มีความซื่อสัตย์สุจริต” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“มีศีลธรรม ไม่โกง ไม่เอาเปรียบผู้เช่า” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจอพาร์ทเมนท์)

“ฝึกให้พนักงานมีความซื่อสัตย์ และรู้จักแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ไม่เอากำไรเกินควร ไม่เอาเปรียบลูกค้า” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“เสนอขายสินค้าด้วยราคายุติธรรม สมเหตุผล” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ปลูกจิตสำนึกการมีคุณธรรมเป็นขั้นพื้นฐาน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

#### 4.3.1.4 ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลลัพธ์ที่ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่มองว่าเป็นรูปธรรมจากการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การบริหารจัดการภายในกิจการที่ดีขึ้น โดยเฉพาะเรื่องคน เป็นจำนวน 7 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ (2559) ที่พบว่า กลุ่มคนเจเนอเรชัน X มุ่งเน้นให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลลัพธ์ของงาน ซึ่งแรงขับเคลื่อนกิจการของคนรุ่นนี้ก็คือบุคลากรหรือพนักงานเป็นหลัก เนื่องจากส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้บริหารจัดการกิจการของตนมากนัก ผลลัพธ์ที่โดดเด่นจึงเป็นเรื่องของคน

“พนักงานมีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ ไม่มีปัญหาซึ่งกันและกัน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“แรงงานผู้ผลิตปลอดภัย มีความสุขจากการทำงาน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“พนักงานตั้งใจทำงาน และรับผิดชอบร่วมกัน พนักงานทำงานกับบริษัท นาน พนักงานมีความสามัคคี กลมเกลียว” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ทัศนคติในการทำงานดีขึ้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ลูกจ้างมีความผูกพันกับร้านมากขึ้น การออกน้อยลง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจซ่อมรถยนต์)

4.3.1.5 ปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สิ่งที่ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่มองว่าเป็นปัญหาและอุปสรรค คือ ความไม่เข้าใจหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแท้จริง จำนวน 6 คน จาก 15 คน อาจสืบเนื่อง จากหลายปัจจัย เช่น ระดับความเข้าใจและการรับรู้ของแต่ละบุคคล ไปจนถึงการเข้าถึงประชาชน และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของหน่วยงานต่างๆ

“บางคนไม่เข้าใจแบบเดียวกัน ทุนิยมทำให้ทุกคนอยากได้อะไรก็อยากเป็น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจการประกันภัย)

“ความเข้าใจที่ตรงกัน ความเห็นด้วยในแนวทางเดียวกัน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“การถ่ายทอดความรู้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้พนักงานเข้าใจ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ไม่นึกถึงผลลัพธ์ที่จะได้ หลังจากการประยุกต์ใช้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

4.3.1.6 การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X ทั้งหมด 15 คน เห็นตรงกันว่า ยินดีที่จะประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคาดหวังผลลัพธ์ที่ดีในด้านต่างๆ หลังจากการประยุกต์ใช้ ซึ่งจะนำไปสู่การดำเนินกิจการที่ดีตามไปด้วย

“ยินดีอย่างยิ่ง เพราะเพิ่มรายได้ ลดรายจ่ายได้จริง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“จะใช้เป็นแนวทางขยายสาขา เพื่อป้องกันความเสี่ยง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ยินดี ทำให้บริษัทดำเนินกิจการไปได้ บริษัทอยู่ได้ พนักงานอยู่ได้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X, ธุรกิจด้าน Telecom)

“ยินดี เพราะเป็นประโยชน์กับองค์กรและบุคลากร” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“ยินดี เพราะหลักปรัชญานี้ ทำให้เติบโตอย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

### 4.3.2 เจเนอเรชัน Y

4.3.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินกิจการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดในการดำเนินกิจการที่ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ให้ความสำคัญคือการดำเนินธุรกิจโดยยึดความพอประมาณ ประกอบกับการใช้เงื่อนไขความรู้ มีการคิดอย่างรอบคอบ และนำความรู้ต่างๆ มาเชื่อมโยงเพื่อวางแผนล่วงหน้า เป็นจำนวน 6 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ในหัวข้อ 4.2.2.1 ที่พบว่ากลุ่มคนเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะในการให้ความสำคัญกับการวางแผนทั้งปัจจุบันและในอนาคตระยะยาว คำนึงถึงการมองการณ์ไกล เพื่อเป็นกรอบในการบริหารจัดการและดำเนินธุรกิจ

“มีความพอเพียงในการดำเนินธุรกิจ ไม่โลภ มีการวางแผนอย่างสม่ำเสมอ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง)

“ทำธุรกิจบนพื้นฐานความพอดี ไม่ทำมากเกินไป มีการวางแผนเพื่ออนาคตระยะยาว” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“บริษัทเราไม่ซื้อ ไม่สร้าง ไม่ทำสิ่งที่ไม่เกิดประโยชน์ระยะยาว ไม่ใช้เงินและทรัพยากรที่มีไปกับสิ่งที่ให้ผลตอบแทนระยะสั้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

“ไม่ลงทุนเกินตัวและวางแผนรับความเสี่ยง ไว้รับมือ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจระบบแสงสว่าง)

“ดำเนินกิจการอย่างพอเพียง สร้างระบบการจัดการเพื่อความคุม” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

#### 4.3.2.2 การเริ่มต้นประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การเริ่มประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่ มองว่าควรเริ่มต้นจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เป็นจำนวน 6 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในหัวข้อ 4.2.2.1 ว่ากลุ่ม

คนเจนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะที่ค่อนข้างคำนึงถึงเงินรายได้เป็นหลัก ซึ่งนำมาสู่การวางแผนทั้งในปัจจุบันและอนาคตเรื่องค่าใช้จ่าย

“ใคร่ตรง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ค่อยเริ่มลงทุนที่ละเล็กละน้อย ให้ทุกอย่างพอดี” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“เนื่องจากเป็นธุรกิจขนส่ง ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่กับค่าน้ำมัน และค่าบำรุงรักษา ดังนั้น จึงต้องวางแผนการใช้เส้นทางและเปลี่ยนอะไหล่ตามระยะ เพื่อให้รถวิ่งอย่างมีประสิทธิภาพและไม่ต้องซ่อมบำรุงบ่อย จึงเหลือกำไรกลับเข้าบริษัทมากขึ้น” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

“ประหยัดในสิ่งที่ประหยัดได้” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“สร้างระบบรายรับรายจ่าย และบริหารตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

#### 4.3.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

##### 4.3.2.3.1 ด้านความพอประมาณ

ด้านความพอประมาณ ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่ตระหนักเรื่องการลงทุนและการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ เป็นจำนวน 5 คน จาก 15 คน ดังนี้

“มีการวางแผนการลงทุน ทำบัญชีคำนวณค่าใช้จ่ายในร้านให้พอเหมาะพอควร” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ลงทุนให้เหมาะสมกับรายได้ ไม่ไปกู้หนี้ยืมสินมาก่อนเพื่อลงทุน” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย สิ่งไม่ควรซื้อ ก็ไม่ซื้อ ละละความฟุ่มเฟือย” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“พอประมาณในการใช้จ่ายและบริหารกิจการ” (ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

##### 4.3.2.3.2 ด้านความมีเหตุผล

ด้านความมีเหตุผล ผู้ประกอบการเจนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการพิจารณาถึงความเป็นจริงและความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ ของการดำเนินธุรกิจอย่างมีเหตุผล เป็นจำนวน 5 คน จาก 15 คน ดังนี้

“การจัดการร้านใช้ความมีเหตุผลในการตัดสินใจมากกว่าความรู้สึก เช่น การเลือกของตกแต่งร้าน เลือกของที่ใช่ประโยชน์ได้และเหมาะสมจริงๆ” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“มองความเป็นไปได้และความสามารถของแรงงาน” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง)

“เมื่อต้องตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ใดๆ เข้าบริษัท ต้องวางแผนอย่างรอบคอบ ว่าของสิ่งนั้นจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่ง และ โลจิสติกส์)

“เนื่องจากเศรษฐกิจปัจจุบันขยายตัวช้า ดังนั้น การคิดทำอะไรก็ต้องดูโลกความเป็นจริง” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

#### 4.3.2.3.3 ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี

ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการเตรียมพร้อมหรือการรับมือจากความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจเป็นจำนวน 9 คน จาก 15 คน ดังนี้

“มีการเตรียมแผนรับมือสถานการณ์ต่างๆ และทำบัญชีให้รัดกุม มีการเก็บออมเงินเพื่ออนาคต” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ทำแผนในการบริหารความเสี่ยง” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและ โลจิสติกส์)

“มีการป้องกันความเสี่ยงทางธุรกิจ เช่น การขาด ซัพพลายเออร์จนถึงการขนส่ง” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจระบบแสงสว่าง)

“พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นโดยคำนึงถึง ความเป็นไปได้” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

#### 4.3.2.3.4 ด้านความรู้

ด้านความรู้ ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการแสวงหาความรู้เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ เพื่อสินค้าและบริการที่ดีขึ้น เป็นจำนวน 10 คน จาก 15 คน ดังนี้

“เรามีการวิจัยในตัวผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“รู้จักใช้และพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมธุรกิจ” (ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านเทคโนโลยี)

“พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง” (ผู้ประกอบการ  
เจเนอเรชัน Y, ธุรกิจระบบแสงสว่าง)

“เอาความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้ามาใช้ตัดสินใจ  
และเก็บรวบรวมเป็นข้อมูลเพื่อพัฒนาในอนาคต” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“หาความรู้เพิ่มเติม เพื่อคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับร้าน”  
(ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

#### 4.3.2.3.5 ด้านคุณธรรม

ด้านคุณธรรม ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับเรื่องการค้าเงินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบลูกค้า คู่ค้า และบุคลากร เป็นจำนวน 9 คน จาก 15 คน ดังนี้

“มีคุณธรรมกับทั้งซัพพลายเออร์ และลูกค้าไม่เอาเปรียบใคร”  
(ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเหล็กรูปพรรณ)

“ทำธุรกิจด้วยคุณธรรม ไม่โกงลูกค้าและซัพพลายเออร์”  
(ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจระบบแสงสว่าง)

“ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน มีน้ำใจต่อลูกค้า” (ผู้ประกอบการ  
เจเนอเรชัน Y, ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง)

“ซื่อสัตย์ และมีคุณธรรมต่อผู้บริโภค” (ผู้ประกอบการ  
เจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

#### 4.3.2.4 ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลลัพธ์ที่ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่ มองว่าเป็นรูปธรรมจากการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น ส่งผลให้เหลือกำไรมากขึ้น เป็นจำนวน 6 คน จาก 15 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ (2559) ที่พบว่า กลุ่มคนเจเนอเรชัน Y มีคุณลักษณะที่มักจะคำนึงถึงค่าตอบแทนที่สูงเป็นหลัก ไม่ว่าจะจากการจ้างงานหรือจากการดำเนินกิจการของตน ซึ่งจะมีการวางแผนเกี่ยวกับรายได้และความคุ้มค่าในด้านต่างๆ ก่อนเสมอ ผลลัพธ์ที่โดดเด่นจึงเป็นเรื่องของการจัดการรายได้และควบคุมค่าใช้จ่าย

“ทำให้กิจการมีกำไรอย่างยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจเหล็ก  
รูปพรรณ)

“ช่วยลดต้นทุนในการบริหารงาน และทำให้มีตลาดกว้างขึ้น” (ผู้ประกอบการ  
เจเนอเรชัน Y, ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร)

“พอประมาณในการใช้จ่ายและบริหารกิจการ” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม)

“ไม่ใช้งบประมาณฟุ่มเฟือย ทำให้บริษัทมี Cash Flow อยู่ในเกณฑ์ที่สูง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

“ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

4.3.2.5 ปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง  
 สิ่งที่ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่มองว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคคือ ความไม่เข้าใจหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแท้จริง จำนวน 7 คน จาก 15 คน อาจสืบเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น ระดับความเข้าใจและการรับสื่อของแต่ละบุคคล ไปจนถึงการเข้าถึงประชาชนและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของหน่วยงานต่างๆ เช่นเดียวกับเจเนอเรชั่น X

“ความไม่เข้าใจลึกซึ้งในแก่นของปรัชญานี้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจเหล็กรูปพรรณ)

“ขาดความรู้และความเข้าใจในทฤษฎี” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านขนส่งและ โลจิสติกส์)

“การดำเนินการต่างๆ ต้องอาศัยความเข้าใจในการประยุกต์พอสมควร” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“คนยังไม่เข้าใจ หรือเปิดรับ ทศนคติในการดำเนินการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจผลิตชิ้นงานพลาสติก)

“การไม่เข้าใจอย่างแท้จริง หรือเข้าใจผิดเกี่ยวกับปรัชญา” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

4.3.2.6 การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง  
 การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y ทั้งหมด 14 คน จาก 15 คน ยินดีที่จะประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคาดหวังผลลัพธ์ที่ดีในด้านต่างๆ หลังจากการประยุกต์ใช้ ซึ่งจะนำไปสู่การดำเนินกิจการที่ดีตามไปด้วย เช่นเดียวกับเจเนอเรชั่น X

“ยินดีใช้ต่อเนื่อง เพราะทำให้วางแผนในการทำงานดีขึ้น” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม)

“ยินดี เพราะสร้างแต่ผลดีให้ตัวเราและลูกจ้างของเรา คุณภาพชีวิตก็ดีขึ้นตามด้วย” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น Y, ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง)

“ยินดี เพราะแนวทางนี้สามารถสร้างความมั่นคงในระยะยาวได้” (ผู้ประกอบการ เจเนอเรชัน Y, ธุรกิจจำหน่ายแก๊สหุงต้ม)

“ยินดี เพราะเป็นสิ่งที่น่าปฏิบัติและมีผลดีต่อธุรกิจ หากมีการนำเสนอ หรือ สร้างแรงจูงใจ การปฏิบัติจะน่าจูงใจมากกว่านี้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจผลิตชิ้นงานพลาสติก)

“ยินดีอย่างยิ่ง เพราะทำให้รู้จักประมาณตน ค่อยๆ คิดหาแนวทางทำธุรกิจ ตามกำลังได้” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจผลิตสินค้าเซรามิก)

“ประยุกต์ เพราะทำให้บริษัทมีความยั่งยืน” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจด้านขนส่งและโลจิสติกส์)

“ยินดี เพื่อความยั่งยืนของบริษัท” (ผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y, ธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี)

#### 4.4 คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการแต่ละเจเนอเรชัน (Generation)

จากผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X และ Y ที่มีต่อ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” สามารถสรุปภาพรวมคุณลักษณะสำคัญของทั้ง 2 เจเนอเรชัน ได้ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X และ Y ที่มีต่อปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง

คุณลักษณะด้านต่างๆ	เจเนอเรชัน X	เจเนอเรชัน Y
<b>ด้านความรู้และความเข้าใจ</b>		
1. ความเข้าใจต่อปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง	ความพอดี รู้จักประมาณตน ในการดำเนินชีวิต	ความยั่งยืน ในการดำเนินชีวิตและธุรกิจ
2. สิ่งที่น่าคิดถึงเมื่อกล่าวถึง ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	รัชกาลที่ 9	รัชกาลที่ 9
3. เป้าหมายในการประยุกต์ใช้ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	การพึ่งพาตนเองได้	การพอมีพอกิน
4. บุคคลที่ควรแก่การประยุกต์ ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ทุกคนและทุกสาขาอาชีพ	ทุกคนและทุกสาขาอาชีพ



ตารางที่ 4.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X และ Y ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)

คุณลักษณะด้านต่างๆ	เจเนอเรชัน X	เจเนอเรชัน Y
5. ความเข้าใจต่อหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข	อยู่ในระดับดี	อยู่ในระดับดี
6. ความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ผลลัพธ์จากการดำรงตนอยู่บนความพอเพียง	ผลลัพธ์จากการดำรงตนอยู่บนความพอเพียง
<b>ด้านทัศนคติและการประยุกต์ใช้</b>		
1. แนวคิดในการดำเนินกิจการภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ความพอประมาณ (ดำเนินกิจการตามกำลังความสามารถ)	ความพอประมาณและเงื่อนไขความรู้ (ใช้ประกอบการวางแผน)
2. การเริ่มต้นประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	การพัฒนาความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง	การวางแผนควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านต่างๆ		
3.1 ด้านความพอประมาณ	ลงทุนไม่เกินตัวตามกำลังของตน	การควบคุมค่าใช้จ่าย
3.2 ด้านความมีเหตุผล	การแก้ไขปัญหาอย่างมีเหตุผล	พิจารณาความจริงและความเป็นไปได้
3.3 ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี	เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง	เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง
3.4 ด้านความรู้	แสวงหาความรู้เพื่อนำมาพัฒนากิจการ	แสวงหาความรู้เพื่อนำมาพัฒนากิจการ
3.5 ด้านคุณธรรม	มีความซื่อสัตย์และคำนึงถึงลูกค้า	มีความซื่อสัตย์ คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เช่น คู่ค้า
4. ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	บริหารจัดการภายในเรื่องคนดีขึ้น	บริหารจัดการเงินดีขึ้น
5. ปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ความไม่เข้าใจปรัชญาอย่างแท้จริง	ความไม่เข้าใจปรัชญาอย่างแท้จริง

ตารางที่ 4.2 แสดงคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการเจเนอเรชั่น X และ Y ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)

คุณลักษณะด้านต่างๆ	เจเนอเรชั่น X	เจเนอเรชั่น Y
6. การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง	ยินดีประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง	ยินดีประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการจากหลากหลายสาขาประเภทธุรกิจ โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X และ Y กลุ่มละ 15 คน รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 30 คน เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอันเป็นประโยชน์ครบถ้วนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สามารถสรุปผลวิจัย ดังนี้

#### 5.1 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X) และวาย (Y) ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสัมภาษณ์ขึ้นมา 2 ชุด สำหรับใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับธุรกิจแล้ว และสำหรับผู้ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ เนื่องจากต้องการศึกษาทัศนคติที่อาจมีความแตกต่างกันในเชิงลึก แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด ทั้งที่มีและไม่มีประสบการณ์ พบว่าประสบการณ์ไม่ได้มีผล เนื่องจากเป็นเรื่องของแนวคิดส่วนบุคคล จึงไม่มีความแตกต่างในการตอบคำถาม แต่ปัจจัยที่ส่งผลแท้จริงก็คือเจเนอเรชัน (Generation) ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

##### 5.1.1 ความรู้และความเข้าใจต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- ความหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X และ Y มีความเข้าใจที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการกลุ่มเจเนอเรชัน X ส่วนใหญ่เข้าใจและนิยามว่า คือความพอดีที่เกิดจากการประมาณตนเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงานหรือชีวิตส่วนตัว ก็ควรดำเนินการตามความสามารถของตนเองก่อนเสมอ ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ส่วนใหญ่เข้าใจและนิยามว่า คือความยั่งยืนและความมั่นคงในชีวิตและธุรกิจ

- สิ่งที่น่าสนใจเมื่อกล่าวถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ ทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ นี้ถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช หรือ ในหลวงรัชกาลที่ 9 เช่นเดียวกัน เนื่องจากความผูกพัน และการเป็นบุคคลตัวอย่างจากการทรงงาน พระราชกรณียกิจน้อยใหญ่เพื่อพสกนิกร
- เป้าหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่ม เจเนอเรชั่น X และ Y มีทัศนคติที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่มองว่าเป้าหมาย ของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือการอยู่อย่างพึ่งพาตนเองได้ในทุกสถานการณ์ไม่ว่าจะเป็น การทำงานหรือชีวิตประจำวัน ส่วนเจนเนอเรชั่น Y ส่วนใหญ่มองว่า เป็นการดำรงชีวิตอยู่แบบพอมีพอกิน มีการคำนึงถึงรายได้ นำมาสู่การวางแผนและใช้ชีวิตตามฐานะของตน
- บุคคลที่สามารถประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ เห็นตรงกันว่าสามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกคน และทุกสาขาอาชีพได้อย่างเท่าเทียมกัน
- ความเข้าใจเกี่ยวกับหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่สามารถ อธิบายแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” ตามนิยามสรุปของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ซึ่งแสดงถึงความเข้าใจได้อย่างครบถ้วนและลึกซึ้ง กล่าวคือ กลุ่มเจนเนอเรชั่น X มีจำนวน 5 คน ส่วนเจนเนอเรชั่น Y มีจำนวน 7 คน โดยผู้วิจัยมองว่าเป็นผลที่เชื่อมโยงกับการรับสื่อ ซึ่งสอดคล้อง กับผลการวิจัยของ รัชฎา อติสนธิสกุล และอ้อยอุมมา รุ่งเรือง (2548) ที่พบว่า คนเจนเนอเรชั่น Y เกิดมา ในช่วงที่เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารข้อมูล เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จึงรับข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า
- ความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ เห็นตรงกันว่าเป็นผลลัพธ์จากการดำรงตนอยู่บน ความพอเพียง จึงนำมาสู่ความมั่นคง ยั่งยืน และชีวิตที่ดีขึ้น

### 5.1.2 การสำรวจทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

5.1.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินกิจการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y มีทัศนคติที่แตกต่างกัน โดย กลุ่มเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับการรู้จักประมาณตน และดำเนินธุรกิจตามกำลัง ความสามารถ ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y จะให้ความสำคัญกับการยึดความพอประมาณ ประกอบกับการใช้ เงื่อนไขความรู้ในการเชื่อมโยงเพื่อวางแผนล่วงหน้าและใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการกิจการของตน

5.1.2.2 การเริ่มประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ ทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y มีทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่ เห็นว่าควรเริ่มต้น จากการพัฒนาความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y เห็นว่า ควรเริ่มต้นจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต่อไปในอนาคต

5.1.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาผู้ประกอบการ ทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ พบว่า

- ด้านความพอประมาณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการลงทุนที่ไม่เกินตัวและการดำเนินธุรกิจตามกำลังของตน ในขณะที่ ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y ตระหนักเรื่องการลงทุนและการควบคุมใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า

- ด้านความมีเหตุผล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการบริหารงานและแก้ไขปัญหาเรื่องต่างๆ อย่างมีเหตุผล ในขณะที่ ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y ตระหนักเรื่องการพิจารณาถึงความเป็นจริงและความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีเหตุผล

- ด้านความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับเรื่องการเตรียมพร้อมและการรับมือจากความเปลี่ยนแปลง ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจเช่นเดียวกัน

- ด้านความรู้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับเรื่องการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ สินค้า และบริการ ให้ดีขึ้นเช่นเดียวกัน

- ด้านคุณธรรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับเรื่องการค้าขายอยู่บนพื้นฐานความซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบลูกค้า ในขณะที่ ผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่น Y นอกจากลูกค้าแล้ว ยังให้ความสำคัญไปถึงคู่ค้า บุคลากร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอีกด้วย

5.1.2.4 ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่าทั้งกลุ่มเจนเนอเรชั่น X และ Y ส่วนใหญ่ ได้รับผลลัพธ์ที่โดดเด่นต่างกัน โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่น X ส่วนใหญ่มองว่าผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมจากการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การบริหารจัดการภายในกิจการที่ดีขึ้น โดยเฉพาะเรื่องคน ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y มองว่ามีการบริหารจัดการเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น ส่งผลให้เหลือกำไรมากขึ้น

5.1.2.5 ปัญหาและอุปสรรคในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจเนอเรชัน X และ Y ส่วนใหญ่ เห็นตรงกันว่า ความไม่เข้าใจหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแท้จริงเป็นปัญหาหลักต่อการประยุกต์ใช้

5.1.2.6 การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งกลุ่มเจเนอเรชัน X และ Y ส่วนใหญ่ เห็นตรงกันว่า ยินดีที่จะประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างต่อเนื่องไปตลอดเช่นเดียวกัน

## 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

ผลจากการศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X และ Y ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าทุกกิจการล้วนถูกบริหารด้วยผู้ประกอบการที่มีภูมิคุ้มกัน กล่าวคือ ทุกคนตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง และหาวิธีการการแบกความเสี่ยงเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจตนเองเสมอ หากพิจารณาให้ดีจะเห็นว่าองค์ประกอบข้อนี้เปรียบเสมือนพื้นฐานของผู้ทำธุรกิจทุกคน เพียงแต่นี้ก็ “เข้าข่าย” เป็นผู้ปฏิบัติตามหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไขแล้ว โดยไม่รู้ตัว ยิ่งไปกว่านั้นแล้ว ผู้ประกอบการบางคน ก็แสดงให้เห็นว่าพวกเขาเป็นผู้ที่มีความ “เข้าใจ” ซึ่งสูงขึ้น ไปอีกหนึ่งระดับจากการซึมซับคำว่าพอเพียง ซึ่งก็คือองค์ประกอบเรื่องการประมาณตน ถึงแม้ว่าจะยังไม่เคยปฏิบัติอย่างจริงจังเลยก็ตาม ทำให้ความเข้าใจอยู่ในระดับที่ผิวเผิน สอดคล้องกับความคิดเห็น

ของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทั้ง 2 เจเนอเรชัน ที่ลงความเห็นว่าการไม่เข้าใจหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแท้จริงคือปัญหาสำคัญในการประยุกต์ใช้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้มีการส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์ให้เกิดการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรมทั้งจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากจะเป็นประโยชน์กับคนในชาติ และอาจส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมในอนาคต โดยการผลักดันทุกคน ไม่เพียงแต่จะต้องเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น ให้มีวิถีชีวิตภายใต้การมีภูมิคุ้มกัน อยู่บนหลักความพอประมาณ และควบคู่ไปกับการมีความมีเหตุผล เพียงเท่านี้ ทุกคนก็จะเป็นบุคคลที่ “เข้าถึง” ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยสมบูรณ์ ก่อให้เกิดรากฐานและความเข้มแข็งกับทุกสาขาอาชีพต่อไป

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารเจเนอเรชันเอ็กซ์ (X)

จากการศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการเจเนอเรชัน X ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ผู้วิจัยเห็นคุณลักษณะด้านทัศนคติที่โดดเด่นหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตหรือประกอบธุรกิจตามกำลังความสามารถของตน การยึดหลักความพอประมาณ และการให้ความสำคัญเรื่องบริหารจัดการคนเป็นหลัก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากธุรกิจของคนรุ่นนี้ส่วนใหญ่

จะเกี่ยวข้องกับ “คน” โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยแรงงานคน หรือแม้กระทั่งรูปแบบธุรกิจที่ยังไม่ค่อยมีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจมากนัก ดังนั้น การพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถของบุคลากรให้เท่าทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ขณะเดียวกันก็ต้องเสริมสร้างอุปนิสัยพอเพียงไปพร้อมๆ กัน เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว เพราะถึงแม้จะมีประสบการณ์สูงหรือการก่อตั้งธุรกิจที่ยาวนานจนมาถึงปัจจุบัน แต่ก็ไม่สามารถเป็นเครื่องการันตีได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นตลอด เนื่องจากอาจมีปัจจัยจากทั้งภายในและภายนอกมากระทบ แต่สิ่งที่แน่นอนและจริงแท้ที่สุด คือ “การรู้จักการปรับตัว” ซึ่งก็มาจากการน้อมนำเอาหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างรอบคอบและเหมาะสมนั่นเอง

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารเจเนอเรชันวาย (Y)

จากการศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้ประกอบการเจเนอเรชัน Y ที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ผู้วิจัยเห็นคุณลักษณะด้านทัศนคติที่แตกต่างไปตามยุคสมัย เช่น การคำนึงความยั่งยืน การให้ความสำคัญกับความรู้รอบตัวเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการแข่งขันที่สูงในยุคปัจจุบัน จึงทำให้คน

รุ่นนี้ก่อนที่จะตัดสินใจหรือลงมือทำอะไร ก็มักจะมีการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อลดความเสี่ยงก่อนเสมอ และสิ่งที่เด่นชัดที่สุดคือ การวางแผนเรื่องเงินและค่าใช้จ่าย เนื่องจากมีผลเกี่ยวเนื่องกับเวลาและการแข่งขัน การลงทุนแต่ละครั้งจึงต้องเกิดความคุ้มค่าที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมองว่ายังมีอีกหลายวิธีไม่เพียงแต่การคุมค่าใช้จ่ายเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น การสำรวจและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดเสียก่อนที่จะเริ่มต้นลงทุนด้วยเงิน หรือการใช้ทรัพยากรที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เป็นต้น เพราะเนื่องจากหลายๆ คนอาจยังเข้าใจผิดว่า “การประหยัดที่สุด คือ ความพอเพียง” แต่ในความเป็นจริงแล้วไม่เป็นเช่นนั้นเลย เพราะถึงแม้ว่าจะประหยัดที่สุด แต่ต้องเบียดเบียนตนเองและผู้อื่นก็ไม่ถือว่าเป็นความพอเพียงเช่นกัน ดังนั้น ต้องไม่ลืมว่าแก่นที่แท้จริงของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงคือ “หลักในการคิดและตัดสินใจ” ไม่ใช่แนวทางปฏิบัติที่ตายตัวหรือเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง “การรู้จักคิดและตัดสินใจอย่างรอบคอบ” ต่างหาก ที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจในยุคที่แข่งขันสูงเช่นนี้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

### 5.3 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการวิจัยบางประการ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวแทนประชากรที่กำหนดนั้น อาจไม่สามารถเป็นตัวแทนผู้ประกอบการทั่วประเทศได้ ดังนั้น การทำวิจัยครั้งถัดไปอาจกำหนดกลุ่มตัวแทนประชากรให้มีขนาดใหญ่และหลากหลายประเภทสาขาธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ
2. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะทัศนคติของผู้ประกอบการคนไทยที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเท่านั้น เพื่อมุมมองการวิจัยที่กว้างขึ้น การทำวิจัยครั้งถัดไปอาจกำหนดกลุ่มตัวแทนประชากรให้มีความหลากหลายทางเชื้อชาติในการศึกษาทัศนคติและเปรียบเทียบ
3. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพียงทัศนคติของผู้ประกอบการเท่านั้น ดังนั้น การทำวิจัยครั้งถัดไปอาจเลือกศึกษาปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วย เพื่อผลลัพธ์งานวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น





## บรรณานุกรม

- เกษม วัฒนชัย. (2554). การขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจากรากฐานของสังคมไทย. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก <https://drive.google.com/file/d/0ByOJKeWgkMLRZW56UFBGMYFYRTQ/view>.
- ชานนท์ ศิริธร. (2555). การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น X และเจนเนอเรชั่น Y. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.jprad.commart.chula.ac.th/index.php/jprad/article/view/64/56>.
- ณดา จันทร์สม. (2555). ธุรกิจกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก <http://cse.nida.ac.th/main/images/SustainableBusiness.pdf>
- พิเชษฐ เกียรติเดชปัญญา, สรวิชญ์ เปรมชื่น, และอภิชัย พันธเสน. (2546). การศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- มูลนิธิสยามกัมมาจล. (2558). ตัวอย่างการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้าง อุปนิสัยพอเพียง. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560, จาก <https://www.scbfoundation.com/stocks/e9/file/14453441387akm4e9.pdf>.
- รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2559). บทบาทของผู้นำในศตวรรษที่ 21: การจัดการช่องว่างระหว่างวัยในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2560, จาก <http://bus.rmutp.ac.th/research/myfile/2017-01-28-999-75.pdf>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560, จาก [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=3784](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3784)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560, จาก [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=2618](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=2618).
- สุขสรรค์ กันตะบุตร, วิชิตา รักรธรรม, ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, กฤตินี ณัฐวุฒิสิทธิ, พรเกษม กันตามระ, และชันยามัย เจียรกุล (2553). การพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนการวิจัย

## บรรณานุกรม (ต่อ)

สุขสันต์ กันตะบุตร. (2550). การศึกษาการประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

หอการค้าไทย. (2553). เศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาใหม่ในยุค โลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เท่านั้น

อภิชัย พันธเสน. (2555). เหลียวหลังเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในทศวรรษหน้า 2556-2565.

กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนการวิจัย





ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

## แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

## ส่วนที่ 1: คำถามทั่วไป

1. เพศ
  - 1.) ชาย
  - 2.) หญิง
2. ปี พ.ศ. เกิด
  - 1.) พ.ศ. 2508-2522
  - 2.) พ.ศ. 2523-2539
3. การศึกษา
  - 1.) ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า
  - 2.) มัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา
  - 3.) ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
4. ประเภทธุรกิจ
  - 1.) ผลิตสินค้า
  - 2.) ค้าส่ง
  - 3.) ค้าปลีก
  - 4.) ให้บริการ
5. ขนาดธุรกิจ (จำนวนการจ้างงาน)
  - 1.) ไม่เกิน 15 คน
  - 2.) ไม่เกิน 25 คน
  - 3.) ไม่เกิน 50 คน
  - 4.) ไม่เกิน 100 คน
  - 5.) ไม่เกิน 200 คน
6. อุตสาหกรรม / ประเภทธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอยู่
  - 1.) อาหารและเครื่องดื่ม
  - 2.) เครื่องนุ่งห่มและเครื่องหนัง
  - 3.) สุขภาพและความงาม
  - 4.) เสื้อ / สิ่งพิมพ์
  - 5.) การขนส่งและโลจิสติกส์
  - 6.) การเกษตร
  - 7.) อื่นๆ โปรดระบุ

## ส่วนที่ 2: ประเมินความรู้/ความเข้าใจของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- 1.) ในความเข้าใจของท่าน “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หมายถึงอะไร
- 2.) ถ้าพูดถึง “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ท่านนึกถึงอะไร
- 3.) ท่านคิดว่า “เป้าหมาย” หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คืออะไร
- 4.) ท่านคิดว่า “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เหมาะสำหรับผู้ใด
- 5.) ในความเข้าใจของท่าน “หลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข” คืออะไร
- 6.) ท่านคิดว่า “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนอย่างไร

## ส่วนที่ 3: สำรวจทัศนคติและการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- 1.) ในปัจจุบันท่านดำเนินธุรกิจตาม “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” อย่างไร
- 2.) ท่านเริ่มต้นประยุกต์ใช้ “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” อย่างไร
- 3.) ท่านน้อมนำเอา “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจในแต่ละด้านอย่างไร
  - 3.1) ด้านความพอประมาณ
  - 3.2) ด้านความมีเหตุผล
  - 3.3) ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี
  - 3.4) ด้านความรู้
  - 3.5) ด้านคุณธรรม
- 4.) ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมหลังจากที่ท่านประยุกต์ใช้ “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มีอะไรบ้าง
- 5.) ในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรค อะไรบ้าง
- 6.) ท่านยินดีที่จะประยุกต์ใช้ “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ต่อไปอย่างต่อเนื่องหรือไม่เพราะอะไร